

学校编码 : 10384

分类号 _____ 密级 _____

学 号 : 31920131153033

UDC _____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

SNS 社交关系管理困难量表编制及其模型建构

The Development of the Scale and Structure Model of Social
Relationship Management Disorder on SNS

简浩然

指导教师姓名 : 林升栋 教授

专 业 名 称 : 广 告 专 业

论文提交日期 : 2016 年 5 月

论文答辩时间 : 2016 年 5 月

学位授予日期 : 2016 年 月

答辩委员会主席 : 黄合水

评 阅 人 : 黄含韵 孙蕾

2016 年 5 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（国家自然科学基金项目“东西方不同文化思维方式对广告说服的影响：一个自下而上的脉络建构与验证”（项目号：71372076））课题（组）的研究成果，获得（国家自然科学基金项目“东西方不同文化思维方式对广告说服的影响：一个自下而上的脉络建构与验证”（项目号：71372076））课题（组）经费或实验室的资助，在（国家自然科学基金项目“东西方不同文化思维方式对广告说服的影响：一个自下而上的脉络建构与验证”（项目号：71372076））实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

2016 年 5 月 10 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

() 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

(√) 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

2016 年 5 月 19 日

摘要

SNS 已经成为人们生活的一部分，从人人网到微博，再到目前主流的微信朋友圈和 QQ 空间，国内的主流 SNS 经历了多次更替。虽然主流 SNS 拥有庞大的用户基数，但是用户参与度却在不断下降。本文从中国人际交往的角度出发，提出“社交关系管理困难”这一 SNS 负面心理感受是影响 SNS 用户使用行为甚至转移到其他 SNS 的重要因素。“社交关系管理困难”指的是人们使用社交媒体而造成人际关系紧张、尴尬或恶化，或为了避免这样的情况出现，由此产生的一种消极的心理状态。

本研究通过访谈和问卷调查编制了社交关系管理困难的量表，结果显示该量表具有良好的信度和效度。本研究还采用偏最小二乘法进行基于社交关系管理困难的模型建构，通过分析 491 个 18-50 岁国内微信朋友圈用户的问卷数据，没有证据表明年龄、性别、SNS 累计使用时间、SNS 使用程度等前因变量对社交关系管理困难有显著影响，而 SNS 好友数量、主观社会规范这两个前因变量对社交关系管理困难有正向影响，分群意识这一前因变量对社交关系管理困难有反向影响。结果变量中，社交关系管理困难会对 SNS 疲惫、SNS 消极使用行为和 SNS 迁移意向产生正向影响，对 SNS 满意度产生反向影响。因此，本研究认为当用户在 SNS 上的人际关系难以管理，社交关系管理困难就会成为影响人们使用 SNS 的重要影响因素，用户的 SNS 好友数量越多、分群意识越弱、遵从主观社会规范的意愿越强，用户就会感知到更严重的社交关系管理困难，从而导致对 SNS 的满意度降低，开始厌倦该 SNS，并会产生消极使用行为甚至迁移到其他 SNS。

关键词：社交媒体；人际关系；SNS 负面影响

Abstract

SNS has become an important part of our daily life. Although mainstream SNS have a large number of users, their engagement is declining. From the perspective of Chinese interpersonal communication, the concept of Social Relationship Management Disorder has been introduced to explain users' declining engagement and discontinuing usage in SNS. Social Relationship Management Disorder refers to the negative perception of SNS usage when users have awkward interpersonal communication situations or try to avoid these awkward situations and feel they are taking too much efforts to manage their social relations on SNS.

Firstly, a scale of social relationship management disorder was developed using interviews and questionnaires. Secondly, the antecedents and consequences of social relationship management disorder were evaluated empirically using a survey of 491 Wechat users aging from 18 to 50.

The results show that there is no evidence to prove that age, gender, SNS accumulated usage period and the extent of SNS usage have a significant influence on social relationship management disorder. And the number of friends, subjective social norms and the consciousness of grouping are factors that directly contribute to social relationship management disorder while age has an indirect effect. Besides the consequences of social relationship management disorder includes SNS exhaustion, low satisfaction, negative usage behavior and intention to stop using this SNS.

Key Words: Social Media; Social Relationship; Negative influence of SNS

目录

1 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的、内容和范围	2
1.2.1 研究目的	2
1.2.2 研究内容	3
1.2.3 研究范围	4
1.3 研究意义和创新点	4
1.3.1 理论意义	4
1.3.2 实践意义	5
1.3.3 研究创新点	5
1.4 结构安排	5
2 文献综述	7
2.1 社交媒体 (SNS)	7
2.2 SNS 的信息过载	8
2.3 社会支持理论与 SNS 的社交过载	9
2.4 差序格局与 SNS 的社交关系管理困难	11
3 研究设计	14
3.1 研究假设及模型建构	14
3.1.1 前因变量	14
3.1.2 结果变量	16
3.2 研究对象	17
3.3 研究方法	18
4 数据分析和讨论	19
4.1 访谈结果	19
4.2 社交关系管理困难量表编制	20
4.2.1 题项开发	20
4.2.2 题项精炼	21
4.2.3 项目分析和信度检验	24
4.2.4 探索性和验证性因子分析	26
4.2.5 区别效度和聚合效度	27
4.3 模型检验	29
4.3.1 样本描述	29
4.3.2 共同方法偏差	30
4.3.3 共线性检验	31
4.3.4 测量模型的信度和效度检验	32

4.3.5 结构模型检验.....	37
4.3.6 中介效应检验.....	38
4.4 讨论.....	38
4.4.1 前因变量的检验.....	38
4.4.2 结果变量的检验.....	39
5 结论.....	41
5.1 研究结论.....	41
5.2 研究局限及展望.....	43
参考文献.....	44
附录 1 社交媒体疲惫、技术复杂性、技术渗透基于微信背景修改后 量表.....	48
附录 2 社交关系管理困难模型问卷.....	49
致谢.....	52

Contents

1 Introduction.....	1
1.1 Research Background.....	1
1.2 Research Purpose, Issues and Area.....	2
1.2.1 Research Purpose.....	2
1.2.2 Research Issues	3
1.2.3 Research Area	4
1.3 Research Significance and Innovation.....	4
1.3.1 Significance in Theory.....	4
1.3.2 Significance in Practice	5
1.3.3 Innovation.....	5
1.4 Research Structure.....	5
2 Literature Review.....	7
2.1 Social Network Sites (SNS)	7
2.2 Information Overload on SNS.....	8
2.3 Social Support Theory and Social Overload on SNS.....	9
2.4 The Pattern of Difference Sequence and Social Relationship Management Disorder on SNS.....	11
3 Research Design.....	14
3.1 Hypothesis and Research Model.....	14
3.1.1 Antecedents.....	14
3.1.2 Consequences.....	16
3.2 Research Subjects.....	17
3.3 Research Methods.....	18
4 Data Analysis and Discussion.....	19
4.1 Outcome of Interviews.....	19
4.2 Developing the Scale of Social Relationship Management Disorder	20
4.2.1 Items Development	20
4.2.2 Items Refinement	21
4.2.3 Items Analysis and Reliability Analysis.....	24
4.2.4 Exploratory and Confirmatory Factor Analysis.....	25
4.2.5 Discriminant and Convergent Validity	27
4.3 Validation of the Research Model	29
4.3.1 Sample Characteristics.....	29
4.3.2 Common Method Bias.....	30

4.3.3 Multicollinearity.....	31
4.3.4 Validity and Reliability of the Model.....	31
4.3.5 Structure Model Evaluation.....	37
4.3.6 The Mediating Effect.....	38
4.4 Discussion.....	38
4.4.1 Antecedents Evaluation.....	38
4.4.2 Consequences Evaluation.....	39
5 Conclusions.....	41
5.1 Research Results.....	41
5.2 Limitations and Prospect.....	43
References.....	44
Appendix 1 Revised Scales of Social Media Fatigue, Techno- complexity and Techno-invasion.....	48
Appendix 2 Questionnaire of Social Relationship Management Disorder Structure Model.....	49
Acknowledgements.....	52

1 绪论

1.1 研究背景

无论是国外还是国内，社交媒体已经深深嵌入到大众日常生活当中。从国外的 Facebook 和 twitter，到国内的新浪微博、QQ 空间和微信朋友圈，社交媒体（SNS）已经成为人们每天必须使用的网络功能。

- 国外：根据 Facebook 发布的 2015 年第三季度财报，其每月活跃用户基数达到了 15.5 亿人^①，是用户数量最大的社交媒体网站。
- 国内：由于 QQ 空间和微信朋友圈均依附于 QQ 和微信，因此可以通过 QQ 和微信的用户数量来估算社交网站的用户数量。截至 2015 年第三季度，QQ 和微信分别有 8.6 亿和 6.5 亿月活跃用户^②。

SNS 的主要功能是与朋友联系以及分享信息^[1]，用户通过在社交媒体上进行内容消费，与其他人形成一种特定的社会网络联系^[2]，SNS 的出现不仅能够为用户提供更多有价值的信息，还可以提供有助于成功的社会资本，从而提高生活满意度和社会信任^[3-5]，理应对用户产生积极的影响。

但是，随着 SNS 的发展，用户参与度不升反降，SNS 的发展受到打击。

- 2015 年市场研究机构 GlobalWebIndex 采访了来自 34 个国家的 20 多万社交媒体用户得出，Facebook 用户参与度相对去年同期出现大幅下滑，越来越少的用户在 Facebook 发布状态和照片^③。
- 而根据中国互联网信息中心（CNNIC）发布的 35 次中国互联网发展统计报告显示，2014 年我国网民微博使用率为 38.4%，下降了 7.1%^④。
- 《中国社交媒体影响报告》调查了 13,341 名实名注册用户，结果显示 2015 年 12.2% 的用户表示，社交媒体让他们的生活变糟了，相比 2014 年的 6.7%，提高了接近两倍；另外报告还指出微信的用户中“只浏览

^① 《盘点全球 2015 年活跃用户最多的十大社交网络服务商》，

<http://www.vccoo.com/v/8c0d58?source=rss>

^② 同上

^③ 《facebook2015 年用户参与度出现大幅下滑》，<http://tech.huanqiu.com/news/2015-11/7945766.html>

^④ 《CNNIC：2014 年微博用户数达 2.49 亿，使用率下降 7.1%》，<http://finance.chinanews.com/it/2015/02-03/7030468.shtml>

不评论不互动的人群从 39%上升至 46%，增加了 7 个点”^⑤。

随着 SNS 用户的不断增加以及用户使用 SNS 的时间越来越长，用户在 SNS 上的好友也越来越多，这些好友不仅包括身边的朋友同学，还包括家里的亲戚和在某个聚会上有过一面之缘的人。

这些 SNS 上的“好友”并不是平等的。正如费孝通提出的差序格局所说，中国社会是熟人社会，“我们的格局不是一捆一捆的柴，而是以‘己’为中心，像石子一般投入水中，和别人所联系成的社会关系，不像团体中的分子一般大家立在一个平面上的，而是像水的波纹一般，一圈圈推出去，愈推愈远，也愈推愈薄”^⑥。因而，在 SNS 上与其他好友进行互动时，不同的好友会归类到远近亲疏不同的“圈”里面，“圈”越远离中心，用户对该“圈内”好友的熟悉程度和关系掌控能力也就随之下降。

SNS 上的好友越来越多，“圈”会越来越多，针对不同的圈子、不同的人，需要采取不同的道德标准，SNS 上的人际关系也会变得越来越复杂，这会对 SNS 用户的使用行为和生活产生一定的影响。一方面，好友的增多会增加社会资本、获取更多有价值的信息；但另一方面，由于人们花在 SNS 上的精力有限，关系管理能力的增强也远不能跟上 SNS 好友增长的速度，用户会认为自己为了在 SNS 上与其他人维持良好的人际关系而耗尽了精力，尽管如此，尴尬的社交情景依然经常发生，导致人际关系的恶化。

我们将其称为“社交关系管理困难”。

1.2 研究目的、内容和范围

1.2.1 研究目的

本研究旨在发现人们使用 SNS 可能出现的负面效果。目前对 SNS 使用的研究表明，SNS 使用确实会对身体和心理状况产生影响。学者从 Facebook 的研究发现了“Facebook 抑郁”，在一段时间内用户使用 facebook 越多，心情就越糟糕^[6]。而心情变糟糕的原因，很有可能是大家更倾向于在 SNS 上发布能提高自身形象的东西，而导致其他用户产生嫉妒（Envy）^[7]。社交媒体使用不仅会对人们的心理产生影响，还可能会影响人们的睡眠质量。通过对 1788 名 19 至 32 岁的美

^⑤ 《虽然还是离不开 但中国人不像你想的那么喜欢社交媒体了》，
<http://m.jiemian.com/article/234235.html>

^⑥ 费孝通：《乡土中国》，北京：中华书局，2013 年版，第 28 页。

国人在主流社交媒体平台（包括 facebook、twitter、Instagram）的调查发现，人们在 SNS 上花费的时间越多，睡眠质量越低^[8]。本研究认为，随着 SNS 好友数量的增多，与好友之间的关系越来越复杂，会出现社交关系管理困难的情况，从而导致用户使用 SNS 的满意度降低，参与度降低，在 SNS 上出现消极的使用行为，甚至会弃用原来的社交媒体平台，转向另外一个好友关系更容易驾驭和管理的 SNS 替代品。

另外，本研究还探讨不同类型的 SNS 用户（年龄、性别、SNS 使用时间、SNS 使用程度等）是否会遭遇同样程度的负面效果影响。已有的研究表明，不同的年龄和性别在社交媒体使用上存在显著差异，在社交媒体的使用上男性用户相对女性用户更投入，而不同年龄的群体在社交动机、归属需求上也存在显著差异^[9]。因此，探讨不同人口统计学特征和使用特征的群体在使用社交媒体时体验的负面影响程度很有必要。

1.2.2 研究内容

根据以上的描述，我们对“社交关系管理困难”的定义是：人们使用社交媒体而造成人际关系紧张、尴尬或恶化，或为了避免这样的情况出现，由此产生的一种消极的心理状态。

本研究编制了社交关系管理困难的量表。国外的现有研究已经对 SNS 使用的负面影响有过一定的研究，开发出社交过载（social overload）和社交媒体疲劳（social media fatigue）^[10]等概念和量表，但由于国内用户的文化差异和 SNS 使用习惯不同，无法将国外的这些量表直接套用都国内的用户身上，有必要开发更适合国内实际的概念和量表。本文通过访谈和问卷调查的方法尝试编制社交关系管理困难的量表。

本研究还探究了社交关系管理困难的前因变量和结果变量，并建构了社交关系管理困难的结构模型。编制了社交关系管理困难的量表以后，更多的问题随之而来，什么样的群体最容易受到社交关系管理困难的影响（前因变量）？深受社交关系管理困难困扰的人们会有什么样的症状（结果变量）？他们对 SNS 的满意度会降低吗？除了参与度降低外，还有哪些消极的使用行为？本研究通过访谈和问卷调查的方法，对社交关系管理困难的前因变量和结果变量进行了探索，进行结构模型分析，从而更好地理解社交关系管理困难这一现象。

1.2.3 研究范围

本文的研究角度以 SNS 用户为出发点。以研究主体来划分,关于 SNS 影响的研究视角主要可以分为三类:第一类是 SNS 用户为出发点,主要研究用户使用 SNS 的影响因素等问题^[11,12];第二类是以企业或政府为出发点,主要研究企业如何通过微博进行营销^[13,14]以及政府等国家机构如何通过微博实现政务目标^[15,16]。第三类研究则立足更宏观的视角,探讨 SNS 的社会影响^[2]。本文的主要目标是通过发现 SNS 使用可能出现的负面影响,从而为 SNS 用户为何从一个 SNS 迁移到另外一个 SNS 提供新的解释,因此本文采用 SNS 用户视角。

本文的研究对象为微信朋友圈用户。根据上文的资料显示,QQ 空间和微信朋友圈是我国用户基数最为庞大的两个 SNS 平台。根据腾讯科技旗下企鹅智酷的调研数据,QQ 空间活跃用户的分布特征为“95 后”占比 32%,即大量未成年青年群体是 QQ 空间的活跃用户^⑦。而微信朋友圈的群体特征(从微信用户特征推测)以中青年为主流用户,占比达到 86.2%^⑧。相比之下,由于微信朋友圈的主流用户为中青年人,相比 QQ 空间的大量未成年用户,样本数据更易获得,也更真实可靠。另外,中国 SNS 发展的道路从最早的 BBS 时期,发展到人人网和开心网为代表的“休闲娱乐型”时期,再到现在以微博、QQ 空间和微信朋友圈为主要代表的“微信息社交网络时代”^[17]。微信朋友圈作为目前上线时间最短、用户基数庞大的主流 SNS 平台,可以较好反映出当前主流 SNS 的使用特征,也符合 SNS 使用人群的迁移习惯,因此相对 QQ 空间,微信朋友圈更适合作为本研究的载体。而根据凯度集团发布的《中国社交媒体影响报告》显示,参加调研的微信用户中,“只浏览不评论不互动的人群从 39%上升至 46%,增加了 7 个点,而且社交疏离型人群增长 2.1 个点^⑨”。这说明微信朋友圈作为目前的主流 SNS 之一,也遇到了用户参与度下降的问题。因此,本文以微信朋友圈用户为研究对象。

1.3 研究意义和创新点

1.3.1 理论意义

^⑦ 《你了解 95 后吗? QQ 空间大数据揭秘年轻人社交喜好》,
<http://tech.qq.com/a/20151027/010502.htm#p=7>

^⑧ 《微信平台首份数据研究报告》, <http://tech.qq.com/a/20150127/018482.htm#p=6>

^⑨ 《虽然还是离不开 但中国人不像你想的那么喜欢社交媒体了》,
<http://m.jiemian.com/article/234235.html>

本研究基于中国的实际情况提出了一种新的 SNS 使用负面影响的视角。由于国内的文化环境与国外不同,国外学者从社会支持理论的基础上开发的社交过载和社交媒体疲惫不能适应国内的文化环境。而国内的相关研究主要是以计划行为理论(Theory of Planned Behavior, TPB)和技术接受模型(Technology Acceptance Model, TAM)为核心,以基于期望确认理论的信息系统持续使用模型(Expectation-confirmation Model of Information System Continuance, ECM-ISC)为基础,构建 SNS 持续使用模型,这一研究取向容易检验用户持续使用 SNS 的影响因素,但不利于深入挖掘不同影响因素之下更深层次的原因。举个例子,假设用户对 SNS 的感知有用性降低,用户满意度随之下降,最终导致 SNS 用户的持续使用意愿也下降,这一逻辑很容易理解,但没法回答是什么因素导致了感知有用性下降的问题。本研究提出的“社交关系管理困难”概念,基于中国的人际关系特征提出,着手回答 SNS 用户在不同 SNS 之间迁移的原因,为该领域的研究提供了新的思路和视角。

1.3.2 实践意义

微信作为目前最热门的主流社交平台,微信朋友圈有着巨大的影响力。企业利用微信朋友圈广告作为品牌传播的渠道,自媒体通过微信朋友圈扩大自身影响力,微商通过微信朋友圈拓展客源提高销量,雇主通过微信朋友圈招聘人才等等都依托微信朋友圈进行。如果社交关系管理困难会导致人们在 SNS 的参与度降低甚至转移到另一个 SNS 上,会对以上的种种基于微信朋友圈的行为产生严重的负面影响。因此,对 SNS 使用的负面影响进行深入理解,才能避免 SNS 使用的消极后果。

1.3.3 研究创新点

本研究可能的创新点有:一是提出“社交关系管理困难”的概念并编制量表,提出了一种新的理解 SNS 迁移的思路和视角。二是尝试编制符合中国用户 SNS 使用特征的“主观社会规范”和“SNS 消极使用行为”两个概念的题项。

1.4 结构安排

接下来,本文将先讨论 SNS 作为形成社会关系网络、维持社交关系的重要工具,然后介绍作为社交关系管理困难这一概念的理论基础——差序格局理论,并

介绍相关的研究成果。然后，开发出社交关系管理困难的量表，并对其前因变量和结果变量提出假设。通过对微信朋友圈用户进行实证研究，评估社交关系管理困难这一概念以及其前因变量和结果变量的假设。最后本文将对研究结果、研究局限和研究结果的可能应用进行讨论。

厦门大学博硕士论文摘要库

2 文献综述

2.1 社交媒体 (SNS)

SNS 在国内的名称有很多, 包括社交网站、社交媒体等。Boyd 和 Ellison (2007) 认为, 社交网站是基于网络的服务, 它使人们能够在一个系统内建立公开的或者半公开的个人档案, 跟在好友列表上的其他用户、甚至好友的好友进行联系^[18]。Barnes (2006) 认为用户在 SNS 上消费的是用户自己创造的内容^[19]。但随着 SNS 的发展, 人们越来越频繁通过手机来登录 SNS, 而衍生出一些仅提供移动端登录的 SNS, 例如微信朋友圈。而这些基于移动端的 SNS 大多无法直接与非好友进行互动。另外, SNS 上的内容也并非全部来自用户自发创造, 越来越多微信朋友圈内容是由传统媒体或自媒体生产的, 这些内容一般制作精良, 与用户创作的内容相区别。

随着 SNS 用户数量的爆发性增长, 学者们开始关注人们使用 SNS 的动机。Sheldon (2007) 通过问卷的方式调查了 172 名使用 Facebook 的学生, 发现使用 SNS 的最主要动机是维持关系, 此外, 消磨时间、娱乐、认知新朋友也是人们使用 SNS 的主要动机^[20]。而 Chang 和 Zhu (2011) 对中国 SNS 用户的研究发现, 除了认识新朋友、娱乐动机以外, 信息动机和从众动机也是人们使用 SNS 的主要动机^[21]。很多其他学者也对 SNS 的使用动机进行了研究, 虽然不同学者得出的具体使用动机不同, 但使用 SNS 的主要动机可以总结为社交性动机、信息性动机和娱乐性动机^[22]。

信息性动机指的是用户在 SNS 上生产内容, 以及对 SNS 上其他用户产生的内容进行消费的动机。信息性动机一方面是由于 SNS 网站为用户的自我展示提供了技术条件, 用户倾向于在 SNS 上发布内容以向特定的人群展示自己的特定形象^[23]; 另一方面, 信息性动机来源于 SNS 的媒体属性, 以新浪微博为例, 用户可以通过新浪微博轻易获取大量政治新闻、娱乐八卦新闻、社会热点信息、励志名言等信息^⑨。而微信朋友圈的情况与新浪微博类似, 信息流上可以轻易看到大量微信公众号发布并由用户转发到微信朋友圈的信息。媒体属性是国内 SNS 的重要属

^⑨宋妍妍:《媒体属性太盛反伤新浪微博自身》, 载《It 时代周刊》, 2014 年第 13 期, 第 9 页。

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”.

Fulltexts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.